

令和8年度
鹿児島大学法文学部
法経社会学科地域社会・経済コース

学校推薦型選抜 I
「小論文」 問題冊子

注意事項

1. 試験開始の合図があるまで問題冊子を開かないこと。
2. この表紙の下には、問題用紙 8 枚が綴じられています。
3. 問題冊子とは別に、解答用紙 2 枚、下書き用紙 1 枚が配付されています。
4. 「解答はじめ」の合図があったら、問題冊子、解答用紙、下書き用紙の枚数や種類に間違いがないか確認しなさい。
5. 試験中、問題冊子や解答用紙の乱丁、落丁、印刷不鮮明、汚れ等に気付いた場合は、手を高く挙げて監督者に知らせなさい。
6. 解答は、解答用紙に「横書き」で記入すること。
7. 試験終了後、解答用紙以外はすべて持ち帰ること。

2 ページ以下の課題文を読んで、次の設問に答えなさい。

問1 課題文を要約しなさい。

(400 字以上 600 字以内)

問2 課題文で挙げられた事例以外に、あなたの学校や日常生活の中で、ナッジの考え方を利用した具体例を一つ選び、その仕組みについて、課題文の内容を踏まえて説明しなさい。また、そのナッジの効果と限界についても述べなさい。

(400 字以上 600 字以内)

ナッジという言葉をご存じだろうか。「ナッジ (nudge)」はもともと「肘で軽く後押しをする」という意味の英語だ。2017年にノーベル経済学賞を受賞したアメリカの行動経済学者リチャード・セイラーは、ナッジを「選択を禁じることも、経済的なインセンティブ（動機付け）を大きく変えることもなく、人々の行動を予測可能な形で変える選択アーキテクチャーのあらゆる要素を意味する」と定義した。

人々は、伝統的な経済学で想定されていたある意味で合理的な意思決定の仕方から、予測可能な形でズレていることが多い。経済学と心理学の融合分野である行動経済学という学問では、そのような合理的意思決定からのズレをバイアスと呼んでいる。行動経済学でよく知られているバイアスとヒューリスティックスを表1にまとめてある。ヒューリスティックスとは、近道による意思決定という意味である。正確に計算したり、情報を集めたりしないで直感的に意思決定することだ。私たちの意思決定に予測可能な形で合理的なものからズレが存在するのであれば、そのようなズレを逆に利用することで、よりよいものに変えることができることになる。この考え方が「ナッジ」と呼ばれるものだ。

行動経済学的手段を用いて、人々の選択の自由を確保しながら、金銭的なインセンティブを用いなくて、人々の行動変容を引き起こすことができる。それがナッジである。カフェテリアで果物を目の高さに置いて、果物の摂取を促進することはナッジだ。しかし、健康促進のためにジャンクフードをカフェテリアに置くことを禁止するのはナッジではない。感染症の拡大を防ぐために、マスク着用を義務付け、守らないと罰則を課すのはナッジではない。この二つには、人々の選択の自由が確保されていないからだ。マスク着用をしたイラストが入ったポスターを掲示するのはナッジである。

また、ナッジは、行動経済学的知見を用いることで人々の行動をよりよいものにするように促し誘導するものだ。行動経済学的知見を用いて、人々の行動を自分の私利私欲のために促したり、よりよい行動をさせないようにしたりすることは、ナッジではなくスラッジ (sludge) と呼ばれている。スラッジとはもともと、ヘドロや汚泥を意味する英語である。ネットで買い物をした際に、宣伝メールの送付をすることがあらかじめ設定されていて、その解除が難しい場合は、そのデフォルトはナッジではなくスラッジだ。

確実性効果	確実なものを強く好む効果
損失回避	利得と損失では損失をより大きく評価する
現在バイアス	将来については我慢強い選択ができていても現在についてはせっかちな選択をする
社会的選好（利他性・互惠性・不平等回避）	他人の状況も自分の満足度に影響する
サンクコストの誤謬	戻って来ない費用を取り返そうとすること
平均への回帰の誤謬	ランダムに生じていることがらから因果関係を見出そうとすること
意思力	意思決定力が消耗する
選択過剰負荷	選択肢が多すぎると選択しなくなる
情報過剰負荷	情報が多すぎると内容を理解しなくなる
メンタルアカウンティング	お金を心理的な会計項目別に管理する
利用可能性ヒューリスティック	手に入れやすい情報だけを用いて意思決定する
代表性ヒューリスティック	特定の属性だけをもとに意思決定する
アンカリング効果（係留効果）	最初に目にした数字に意思決定が影響される
極端回避性	上中下の選択肢があると両端のものを避ける
社会規範・同調効果	多数派の行動に従う

表 1 バイアスとヒューリスティクス

うまくナッジを設計することができれば、私たち自身の意思決定はよりよいものになる。現在バイアスが理由で仕事を先延ばしする傾向がある人なら、先延ばしすること自体を面倒にするナッジを作ればよい。

どうすれば、よいナッジを設計することができるだろうか。OECD やイギリスの行動洞察チームが、ナッジ設計のプロセスフローを提案している。どれも基本的に同じような構造でなりたっている。OECD の BASIC という提案（図 1）は、人々の行動（Behaviour）を見て、行動経済学的に分析（Analysis）し、ナッジの戦略（Strategy）を立て、実際にナッジによる介入（Intervention）をしてみて効果があれば、変化（Change）させて実装するというものだ。

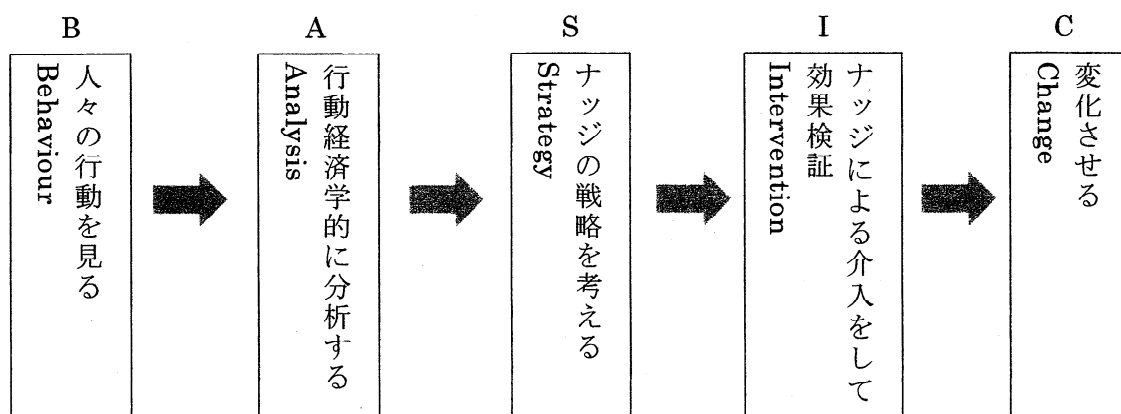


図1 ナッジ設計のプロセスフロー：OECDの「BASIC」

ナッジを選ぶためには、意思決定のプロセスや状況を分析して、どのような行動経済学的なボトルネック（注1）があるのかを分析する必要がある。例えば、老後のための貯蓄が始められないという人がいた場合、老後貯蓄を始めるための意思決定プロセスを考えてみる。まずは、老後貯蓄の重要性を知ることが必要だ。つぎに、老後の生活を維持するには引退時点でどの程度の貯蓄が必要なのかを計算して、今からいくらずつ貯蓄するかを明らかにする。そして、どのような金融資産で貯蓄していくのかを考えて、実際に契約する。貯蓄の重要性はわかっているけれど、いくら貯蓄したらいいのかわからないのか。いくら貯蓄するということまでわかっているけれど、金融機関と契約するのを先延ばしにしているのか。どの金融資産にすればいいのかわからないので困っているのか。こうしたことを考えてみるのだ。

[中略]

ボトルネックを見つけると、そのボトルネックの特徴に応じて、ナッジの中身は変わってくる。具体的には、つぎのような観点をチェックすべきだ。第一に、本人は、自分がしなければならないことを知っていて、それが達成できないのか、それとも望ましい行動そのものを活性化すべきなのかという点だ。もし、自分が本来すべき行動を知っていて達成できていないのであれば、自制心を高めるようなナッジが必要だ。コミットメントメカニズムや具体的な計画を立てやすくする仕組みの提供である。コミットメントメカニズムとは、前売券のように将来の行動について、今の時点で確定

させる機能のことだ。一方、望ましい行動そのものを知らないのであれば、その行動をしないと損失を被ることを強調したメッセージで重要性を認識してもらう。あるいは、理想的な行動を理解していない場合は、デフォルト設定や社会規範メッセージを利用することが考えられる。デフォルトとは、私たちが明示的に意思表示をしていない場合に、選んだとみなされる選択である。通常は何かに申し込まないと、申し込みの意思がないとみなされる。この場合、デフォルトは申し込みの意思がないことである。

第二に、自分自身でナッジを課すだけ十分に動機付けられているかという点である。本人の意欲が高ければ、コミットメントメカニズムを提供することが重要だ。しかし、そうでないならば、政府や組織が設定する外的なナッジが必要だ。

第三に、人は情報を正しく認知することができれば行動を起こせるのか、それとも認知的な負荷が過剰で行動が起これないのかという点だ。いずれにしても情報の認知に問題がある場合は、情報を理解しやすいように、損失回避や社会規範を用いたり、必要な情報をシンプルにタイミングよく提供するナッジが有効だ。

第四に、引き起こしたい行動と競合的な行動が存在するために目的の行動ができないのか、それとも単に惰性のためにできないのか、ならば競合する行動を抑制すべきか、それとも目標行動を促進すべきなのかといった点だ。もし、達成したい行動を阻害するような誘惑がボトルネックとなっているならば、その行動を抑制するようなナッジを設計する必要がある。健康のためにはよくない食品を手が届きにくいところに陳列するのは、その例である。

こうしたボトルネックの特徴を明らかにできれば、それを引き起こしている行動経済学的特徴に応じて適切なナッジを選択すればいい。しかし、問題の状況によっては、利用可能なナッジに制約がある場合もある。デフォルトの導入やデフォルトの変更が有効だと考えられる場合であっても、それがそもそも可能な選択肢かどうか、という問題もある。

また、もともと複雑な意思決定を必要とするために、そのような行動がとられていないのであれば、意思決定に関わるプロセスを単純化することができないか、ということも検討すべきだ。さらには、IT技術などの利用によって、個人が意思決定する面倒を減らすことが可能であれば、その利用可能性を検討する必要がある。

どのようなナッジを優先すべきかについては、意思決定の上位にあるボトルネックを解決するようなナッジを選択することが最も重要である。自制心を高めるためのナッジは、もともとそのような行動をとりたいと思っている人だけにしか効果がないので、デフォルト設定型のナッジに比べると効果が得られる人は限られる。

イギリスのナッジ設計部門である行動洞察チームは、いくつかのチェックリストを提案している。例えば、EAST というチェックリストは、項目が少ないので、ナッジを設計する人は常に心掛けておくことが望ましい（図 2）。E は Easy、すなわち簡単であるということだ。人々が望ましい選択や行動をしないのは、その選択が複雑であったり面倒であったりすることが原因であることが多い。ナッジを用いるのであれば、容易なものになっているかをチェックすることが何より重要だ。政府や自治体がナッジを用いようとして、メッセージを作成する場合、間違いがないように詳細な情報を入れようとしたり、複数のメッセージを入れようとしたりすることがよくある。

E	Easy	簡単なものになっているか 情報量は多すぎないか 手間がかからないか
A	Attractive	魅力的なものになっているか 人の注目を集めるか 面白い
S	Social	社会規範を利用しているか 多数派の行動を強調しているか 互惠性に訴えかけているか
T	Timely	意思決定をするベストのタイミングか フィードバックは速いか

図 2 ナッジのチェックリスト「EAST」

しかし、メッセージの受け手にとってみると、情報が多いとそれだけで複雑になり、せつかくのナッジが機能しない。複雑さがサービスの利用を減らしている原因になっていないかは第一にチェックすべきだ。担当者は、当然その業務を熟知しているため、非常に複雑な文章や表現であっても、内容を一瞬で理解できてしまう。しかし、初めてその情報や制度に直面する人にとっては、不要な情報まで提示されることは煩わし

いだけだ。コンビニや駅のプラットフォームで、列に並ぶ場所を矢印や足跡で表現しているのが有効なのは簡単だからだ。もし、矢印や足跡でなく、「この場所に並んでください」という掲示をしたとしても誰もその掲示を読まないだろう。

つぎの、Aは **Attractive**、すなわち魅力的ということだ。人々に注意を促すポスターが文章だけで書かれていたら誰にも読んでもらえない。宣伝のためのポスターが、人々の注意を引きつけるような工夫をしているのは、作成者が人々の特性をよく知っているからである。罰則や金銭的インセンティブを用いなくて人々の行動変容を促すためには、ナッジそのものが魅力的なものである必要があるのだ。

三つ目の S は **Social**、社会的という意味だ。これは、私たちの社会的選好をうまく利用しているか、というものだ。私たちが、人との比較を気にしたり、人からの恩に報いたり、多数派の行動に従ったり、社会規範に従うといった特性をナッジに使うということだ。例えば、節電を促すナッジとして有効だったのは、周りの人の電力使用量と本人の電力使用量をグラフにして通知することだった。これは、人々の社会規範に従うという特性を利用しているのである。

四つ目の T は **Timely**、ナッジのタイミングの重要性を表す。望ましくない行動を抑制したいのであれば、望ましくない行動をしそうなタイミングでそれを抑制するようなメッセージを出す必要がある。長期的によりよい行動をとらせたいのであれば、長期的なことを考えることが多いタイミングに合わせてメッセージを出す必要がある。「現在バイアス」のためにやるべきことを先延ばしにしたり、よくないことを続けたりすることを抑制したい場合にはどうすればよいだろうか。食べ過ぎるというようなよくない行動の結果が遅れを伴って現れることが、このような先延ばし行動の原因だ。それなら、抑制すべき行動をしたタイミングでその結果がわかるようなフィードバックができることが望ましい。

[中略]

ナッジの効果を考える際には、文脈依存と人間の異質性を考慮する必要がある。例えば、新型コロナウイルスのワクチン接種を促すメッセージとして、ワクチン接種が始まった頃には、利他的なメッセージが効果をもつかもしいない。しかし、利他的メ

ッセージを繰り返していると効果は小さくなるだろう。それは、利他的メッセージで行動変容する人がすべてワクチン接種をしてしまったならば、もう利他的メッセージに反応する人は残っていないからだ。そこからさらに接種を促すには、自分の健康のためというメッセージや、ワクチン接種を受けると旅行補助金や食事割引が利用可能だという金銭的インセンティブをつける必要が出てくる。つまり、同じナッジであっても、実施するタイミングや対象によって効果がある場合も、ない場合も生じる。

情報提供型のナッジは、行動変容のボトルネックが、多くの人がその情報を知らなかったためであれば効果があるが、ボトルネックが別にある場合には、情報提供ナッジの効果がないのは当然である。ナッジを社会実装するには、どこにボトルネックがあるかを検証しながら進めていく必要がある。

(注 1) 全体の進行の妨げとなる事柄。

〔出典〕 大竹文雄『行動経済学の処方箋』中央公論新社、2022年による。ただし、問題作成のため、原文の一部を改変している。